



情感連繫指數 (Emotional Connection Index) 的期望與實際之差距分析報告 (樣品)

公司名稱: ABC 有限公司

產品/服務類別: XYZ 產品

報告發表日期: XXXX年YY月ZZ日



簡介

為何顧客

口裡真誠說滿意產品.....

手裡卻沒有重複購買？

心裡更傾向其他品牌？

要業務持續增長，

除提升顧客滿意度之外，

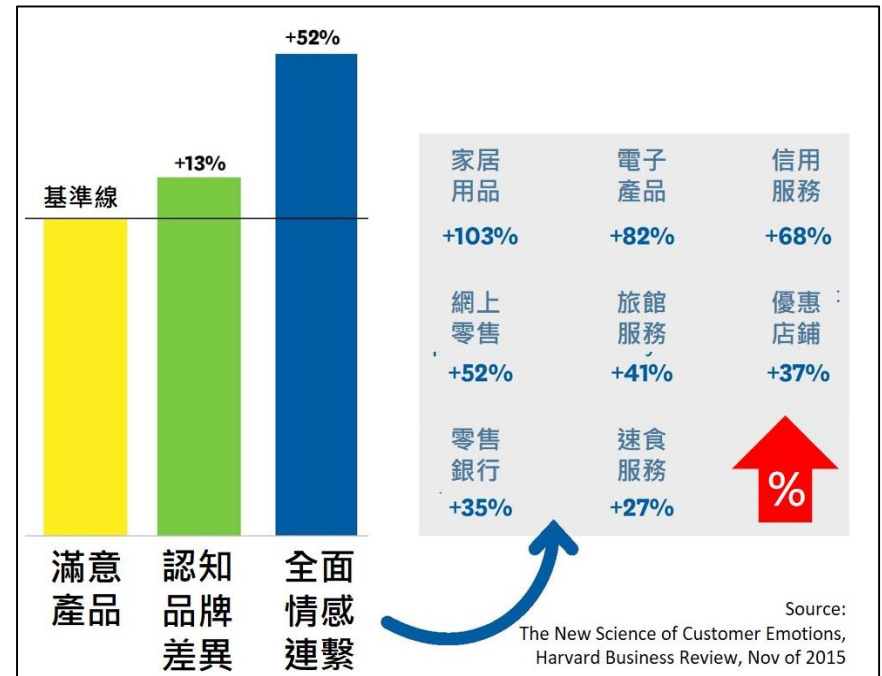
企業還有什麼可以做呢？



簡介

近年，多份哈佛商業評論文章均証實，如果能夠把顧客體驗由「滿意產品」(Product Satisfaction) 提升至「全面情感聯繫」(Fully Emotional Connected)，顧客願意向企業付出額外52%的價值。

也就是說，提升情感聯繫才是突破業務的關鍵因素。



簡介

提升顧客關係與體驗之後的潛在銷售商機之預測方法，我們的智囊團成員，早在2007年，已在香港知識產權署，成功取得短期的專利。

現時，我們是透過基準庫內的64組正面與負面的情感聯繫因子，來與顧客的行為進行比對，從而準確評估出情感連繫指數。



主要內容

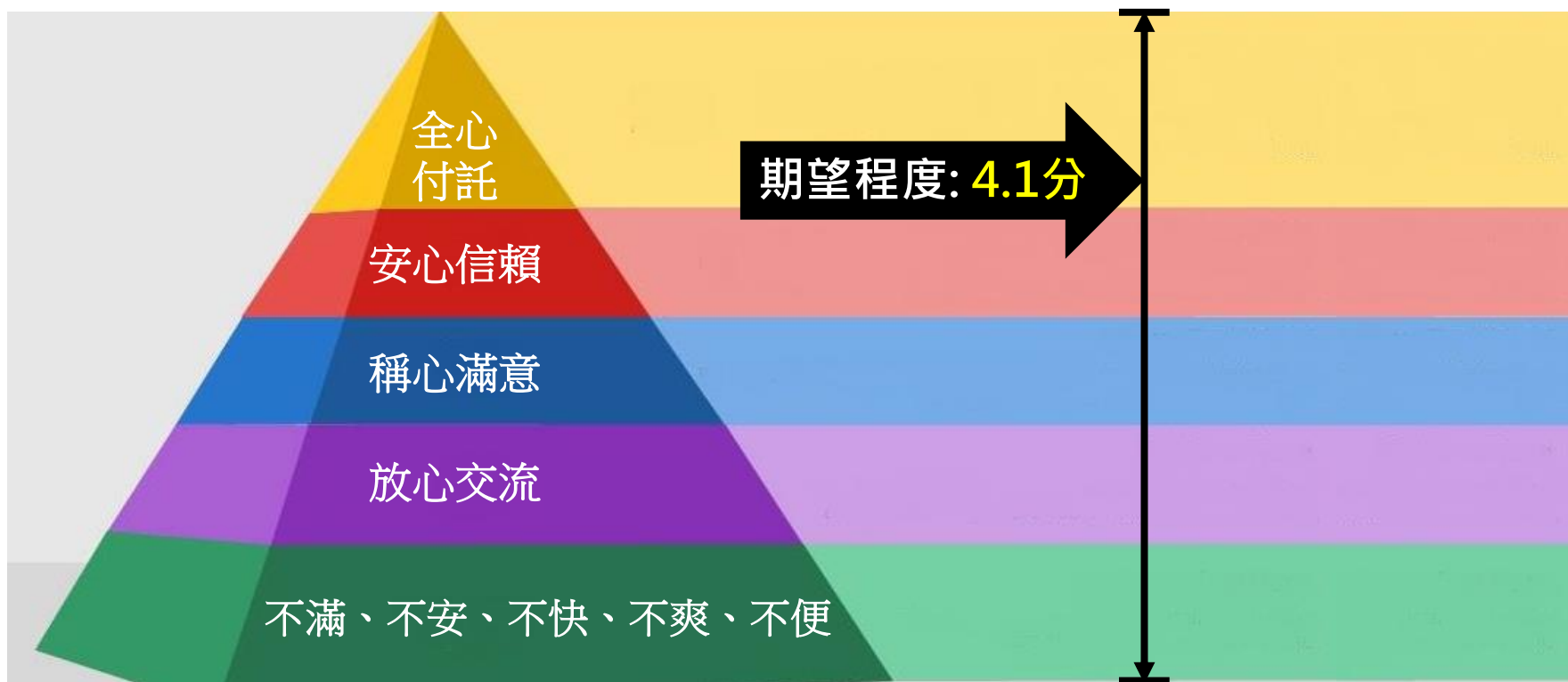
第一部份: 企業期望能創造的情感連繫程度

第二部份: 顧客實際感受到的情感連繫程度

第三部份: 期望與實際的情感連繫之差距分析

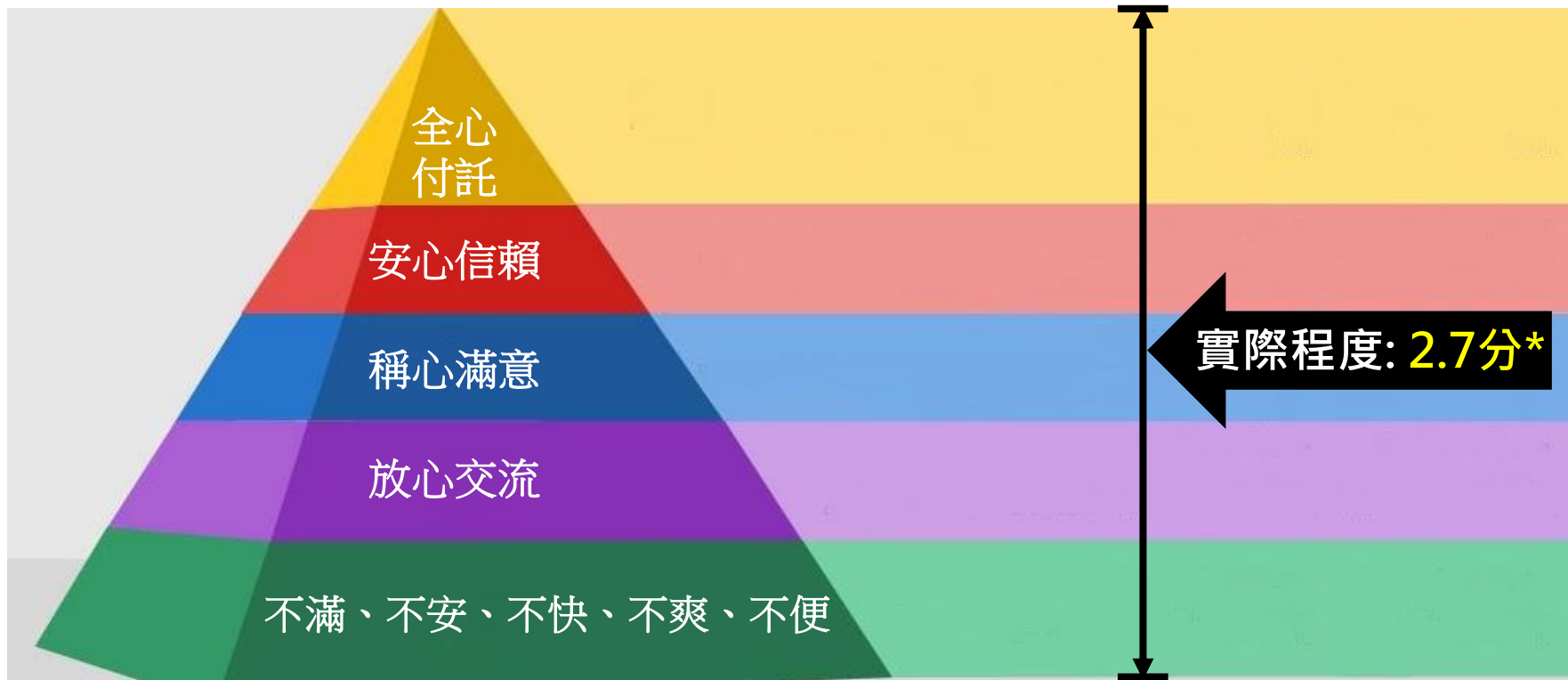
第四部份: 提升體驗的三個關鍵因素

第一部份： 企業期望能創造的情感連繫程度



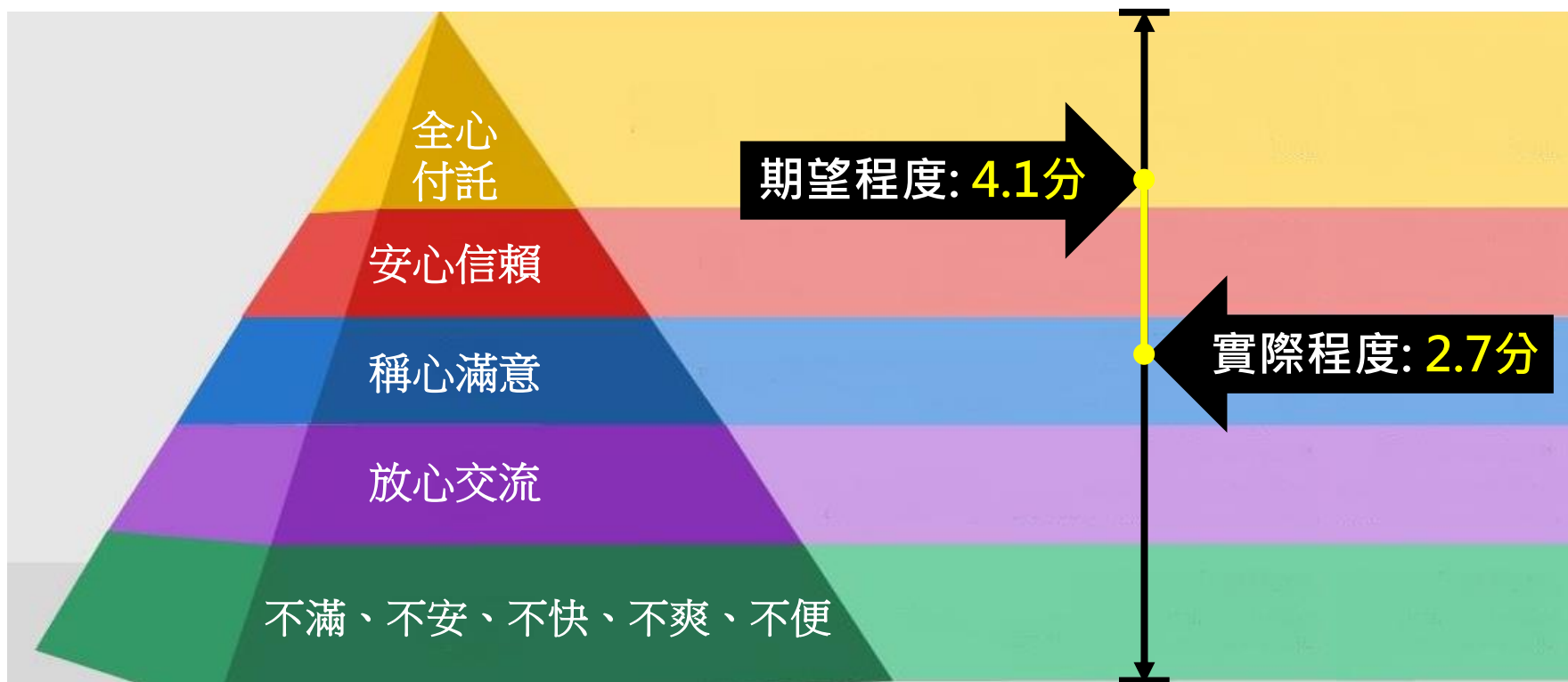
期望程度是根據企業定位、策略與目標來評估所得的結果

第二部份： 顧客實際感受到的情感連繫程度



實際程度是根據最少30位顧客的過往行為來評估所得的結果

第三部份： 期望與實際的情感連繫之差距分析



第四部份： 提升業務結果的三個關鍵因素

1.

[Redacted content for point 1]

2.

[Redacted content for point 2]

3.

[Redacted content for point 3]



如你期望與我們的顧問進行深入討論

電話預約: (852) 2235 79027

電郵預約: info@innoedge.com.hk

官方網頁: www.innoedge.com.hk